

MEHR ERFOLG DURCH ELAN UND ENERGIE

Das Ladenkonzept von „Kind der Stadt“ hat mit seinem gesamtheitlichen Einkaufserlebnis bereits zahlreiche frischgebackene Eltern deutschlandweit begeistert und unterstützt damit in einer ganz besonderen Zeit im Leben

Interview: Ida Larsson

Herr Sundhoff, Kind der Stadt wurde bereits 2020 zum Fachgeschäft des Jahres gekürt. Ihre Geschäfte haben sich deutschlandweit immer weiter ausgebreitet. Wie erklären Sie sich selbst diesen Erfolg?

Jan Sundhoff: Wir setzen bei Kind der Stadt auf die Menschen, die den Unterschied machen und alles dafür tun, unseren Kunden in dieser emotionalen Phase einen ehrlich gemeinten Rat und Hilfeleistung in Bezug auf die Baby-Erstausrüstung zu geben. Bei uns findet man wirklich nur qualitativ hochwertige Produkte, die ich selbst auch für meine eigenen Kinder kaufen würde und die lange benutzt werden können. Zudem wollen wir Marken präsentieren, die man nicht an jeder Ecke findet. Und das in Wohlgefühl-Atmosphäre und mit einem gesamtheitlichen Einkaufserlebnis, an das sich werdende Eltern möglichst noch lange nach der Geburt ihrer Kinder zurückerinnern. So haben wir uns schon von Anfang an unsere Nische als Marke für gute Erstausrüstung und mit einem hohen Anspruch an Service und Beratung gesucht. Und nur so schaffen wir es, als glaubwürdiger Begleiter in dieser Zeit wahrgenommen und vor allem auch gerne weiterempfohlen zu werden, vielleicht auch immer noch als Geheimtipp. Denn diese Art der „Werbung“ ist für uns auch heute noch die authentischste und ehrlichste. Aktuell haben wir 16 Stores und es werden fast monatlich mehr. Es erfüllt mich mit Stolz und Dankbarkeit, dass mein Konzept so gut bei unseren Kunden ankommt.

Seit 2013 gibt es Kind der Stadt. Warum wurde Ihnen das Kinderzimmer zum Herzensanliegen?

Mit der Geburt unserer beiden Töchter hatte ich gemerkt, dass es mir und meiner Frau Anne unglaublichen Spaß gemacht hat, schöne Produkte für den Start ins Leben zu finden, es aber in Deutschland keine Geschäfte gab, die unserer Emotionalität in dieser Phase des Lebens und unserem Bedarf an Beratung gerecht wurden. Und so kam es, dass ich eines Abends den Businessplan zu Kind der Stadt geschrieben habe. Einen Plan über einen Babyladen, den wir uns gewünscht hätten. Denn seien wir mal ehrlich: Bis zu dem Tag, an dem man erfährt, dass man ein Baby erwartet, hat man doch keine Ahnung davon, welcher Kinderwagen der beste für einen ist, welchen Kindersitz man wählen soll oder was ein gutes Babybett ausmacht. Und genau bei diesen Fragen möchten wir für unsere Kunden ein wichtiger Ratgeber sein.

Wie schaffen Sie es, im Tagesgeschäft individuell auf jeden Kunden einzugehen?

Wir nehmen uns die Zeit. Wir sind für unsere Kunden da, erklären die Vor- und Nachteile und helfen bei der Auswahl. Die Kunden merken, dass wir auch nach dem Kauf für sie da sind. So wird eine Reklamation mit der gleichen Energie und dem gleichen Elan angegangen wie eine Beratung. Wir kümmern uns um alles! Und genau das ist für unsere Kunden in ihrem neuen Alltag und Leben mit Baby und Job super wichtig.

Sicherlich waren die letzten Jahre auch für Kind der Stadt eine Herausforderung. Können Sie sagen, dass sich Ihr Geschäft seit der Corona-Zeit erholt hat oder ist dies ein Prozess, der andauert?

Wir hatten das Glück, erstaunlicherweise sehr gut durch die Corona-Zeit gekommen zu sein, da wir schon mit dem ersten Lockdown auf eine intensive digitale Beratung gesetzt haben, z. B. in Form von Beratungsvideos auf YouTube oder per FaceTime. Außerdem waren unsere Kunden gerade in dieser für den Einzelhandel herausfordernden Zeit sehr loyal und haben uns die Treue gehalten! Und auch unsere Mitarbeiter haben an einem Strang gezogen und ich glaube sogar, dass wir durch Corona als Team noch besser geworden sind als zuvor. Ganz abgesehen davon, haben sich viele Menschen während dieser Zeit zu Hause über ihre Zukunft Gedanken gemacht, was sie in ihrem Leben wirklich erfüllt und glücklich macht. So haben viele tolle Gründer mit mir Kontakt aufgenommen und wir haben gemeinsam ihre „Kind der Stadt“-Läden in vielen Städten in Deutschland und sogar in Wien eröffnet!



Für das Erfolgskonzept werden in jedem Laden qualitativ hochwertige Produkte in einer Wohlgefühl-Atmosphäre präsentiert



2013 rief Jan Sundhoff gemeinsam mit seiner Frau Anne das Ladenkonzept von Kind der Stadt ins Leben. Der erste stationäre Store befand sich in einem alten Kontorhaus in der Hamburger Altstadt.

